

Сromaх: Чи можуть кузовні станції отримати вигоду за рахунок нетерплячості клієнтів?

дата публікації: 2020.01.28



Бренд-менеджер Сromaх в регіоні ЕМЕА Кевін Торфс розповідає, як збільшити дохід у нових умовах.

Загальновідомо, що в результаті технологічних інновацій споживачі по всьому світі стають більш нетерплячими і критичними до наданих їм послуг. Попит на швидкі та якісні послуги постійно зростає в усіх галузях. Відповідно до недавнього дослідження [1], 79% менеджерів переконані, що їхні клієнти стали значно нетерплячими і критичними, і що вони готові відмовитися від того чи іншого бренду вже після першої покупки або замовлення, якщо їх бажання не були задоволені.

«У сучасному світі технології змусили людей повірити, що все має відбуватися швидко, - каже бренд-менеджер Сromaх® в регіоні ЕМЕА (Європа, Близький Схід і Африка) Кевін Торфс. - Дослідження Google [2] показує, що 40% користувачів закриють веб-сторінку, якщо її завантаження триває більше трьох секунд. Споживачі стають все більш нетерплячими і компанії змушені пристосовувати свої продукти та послуги до нової реальності».

Як отримати вигоду за рахунок нетерплячості клієнтів?

І хоча зростаюча нетерплячість клієнтів на перший погляд здається негативною тенденцією, вона створює нові можливості для кузовних станцій.

«Це звучить незвично, але в реальності кузовні станції можуть отримати вигоду від нетерплячості клієнтів, - говорить Кевін Торфс. - Сьогодні економлять час, матеріали і енергію інструменти і системи Сromaх, такі як цифрова система підбору кольору ChromaConnect, дозволяють власникам авторемонтних підприємств збільшити продуктивність і отримувати вигоду від клієнтів, які вимагають швидкого та якісного ремонту. В результаті зручні для клієнтів умови і висока швидкість виконання замовлень дають таким кузовним станціям необхідну конкурентну перевагу».

Перешкоди та можливості

Замість того, щоб розглядати нетерплячість клієнтів як проблему, авторемонтним підприємствам слід переглянути підхід до оцінки ефективності своїх бізнес-операцій. Знаючи, як вони можуть поліпшити робочі процеси, підприємства можуть підвищити продуктивність, задовольняючи запити клієнтів у швидкому виконанні замовлень. «З відповідною системою

продуктів Cromax кузовні станції мають практично безмежні можливості для отримання вигоди за рахунок нетерплячих клієнтів незалежно від розміру ремонтної поверхні», - зазначає Кевін Торфс.

Для замовлень, що вимагають усунення невеликого пошкодження, ремонт може проводитися з використанням технік, що прискорюють процес. Це дає кузовним станціям можливість збільшити дохід від невеликих замовлень, у той же час забезпечуючи високу якість і швидкість виконання робіт. Ультра виробнича система дозволяє підприємствам не тільки скоротити кількість відходів та оптимізувати робочий процес, але також досягти більшої ефективності й збільшити частку прибутку.

Для виконання більших замовлень за оптимальні терміни Cromax рекомендує використовувати ультра виробнича енергоефективну систему - з нею деталь кузова може бути відремонтована протягом лише 36 хвилин. Це дозволяє забезпечити якісний зовнішній вигляд і чудовий блиск готового покриття в короткі терміни. «Навіть якщо підприємство вирішить використовувати тільки повітряну сушку, весь процес займе всього 74 хвилини, що дозволить отримати відмінні результати», - говорить Кевін Торфс.

«Єдиний спосіб залишитися в бізнесі і збільшити дохід, - це зрозуміти, чого хочуть клієнти і як дати їм це. Так, вони ставлять високу планку, чекаючи швидкого ремонту, але ChromaConnect й інші наші продукти та інструменти дозволяють кузовним станціям ефективно задовольняти ці запити», - говорить Кевін Торфс.

Додаткова вигода

У кузовних станцій є можливість отримати вигоду від тенденцій, що намітилися в поведінці клієнтів. Ті, які зможуть зробити це краще, отримують перевагу перед конкурентами і зароблять відмінну репутацію серед клієнтів. «Найважливіше - це зрозуміти клієнтів і прийняти їх нетерплячість як можливість для збільшення прибутку і зростання», - робить висновок Кевін Торфс.

[1] [New independent study commissioned by LivePerson finds that most companies are struggling to respond to consumers' increasing demands for personalized, effective and easy interactions](#)

[2] [Why marketers should care about mobile page speed](#)

Джерело: